

[편집자주] 두달 넘게 이어진 '코로나 공포' 가전세계인의 삶을 바꿔놓고 있다. 소비자들은 마트와 백화점 대신 온라인몰과 편의점으로 몰렸다. 수요는 온라인으로 쏠렸고, 소비자는 대형마트가 아닌 편의점에서 장을 보기 시작했다. '사회적 거리두기' 확산으로 회의는 물론 회식도 자취를 감췄다. <뉴스1>은 코로나19로 급부상하고 있는 '뉴노멀'을 들여다 봤다.

# 재택·집콕족증가, 인테리어 소품·사무용품 판매 '굉충'

대형가구 수요 줄고 편안한 의자·파티션 매출↑

온라인 구매 '대세'...한샘 온라인 매출 20%↑

## 코로나 뉴노멀

# 게임업계에 종사하는 30대 A씨는 최근 신종 코로나 바이러스 감염증(코로나19) 확산으로 재택근무가 길어지며 일하는 공간인 서재에 필요한 물품들을 사기 시작했다. 또 집에 있는 시간이 많아지며 집꾸미기 앱을 보는 시간도 늘어났다.

코로나19 사태가 장기화하면서 인테리어 업계에도 변화가 일고 있다. 설치기사가 방문해 설치해야 하는 대형 가구보다는 집 안에서 나만의 캐주얼(공간)을 소소하게 꾸밀 수 있는 소품이나 재택근무 등에 필요한 사무용품들에 대한 수요가 늘고 있다.

7일 한샘에 따르면 지난 3월 온라인 유통 매출(한샘 물·외부물)이 전년 동기 대비 약 20% 상승했다. 인테리어 애플리케이션(앱) 오늘의 집은 코로나19가 확산하기 직전인 지난 1월 마지막 주 대비, 3월 마지막 주 앱 방문자가 50% 이상 늘었고 콘텐츠 조회 역시 같은 기간 60% 이상 증가했다.

이베이코리아의 G마켓과 옥션은 오프라인과 온라인 수요가 대비되는 모습을 보여 눈길을 끈다. G마켓과 옥션은 온라인 전체 가구 수요가 각각 20%, 13% 감소했다. 다만 G마켓과 옥션은 재택근무와 개학 연

G마켓가구 판매(량) 증감률		옥션 가구 판매(량) 증감률	
품목	신장률	품목	신장률
가구/diy	-20%	가구/diy	-13%
게임의자	197%	게임의자	135%
베드트레이	130%	파티션/칸막이	86%
diy용 페인트	52%	diy용목재	33%
공부상	50%	빈백	31%
2인용 식탁	37%	사이드테이블	30%
파티션/칸막이	33%	틀새장	22%
빈백	32%	베드트레이	18%
틀새장	27%	diy용페인트	17%

(마켓 집계: 2020년 3월 연달 기준, 전년 동기 대비 옥션 집계: 2020년 3월 연달 기준, 전년 동기 대비)

기 영향으로 사무용·학습용 가구를 비롯해 1~2인 가구에 필요한 소형가구 판매가 증가했다.

이베이코리아 관계자는 "코로나19 영향으로 이사가 연기되고, 설치 기사가 대응하는 대형 가구 판매는 줄면서 전체 가구 판매는 감소했다"고 설명했다.

실제 G마켓의 경우에는 △게임의자(197%↑) △베드트레이(130%↑) △DIY페인트(52%↑) △공부상(50%↑) △2인용 식탁(37%↑) △파티션·칸막이(33%↑) △빈백(32%↑) △틀새장(27%↑) 등 최근 상황과 관련된 물품들이 상승했다.

옥션도 △게임의자(135%↑) △파티션·칸막이(86%↑) △DIY용 목재(33%↑) △빈백(31%↑) △사이드테이블(30%↑) △틀새장(20%↑) △베드트레이(18%↑) △DIY용테이블(17%↑)가 증가했다.

한샘 역시 재택근무와 신학기 관련 물품들이 증가



는 모습을 보였다. 한샘은 생활용품·가구·유아용 가구 등에서 각각 △양방향 찻술 살균기(500%↑) △아임박수납침대(80%↑) △샹크즈 수납장(10%↑) 증가했다.

또 이케아가 밝힌 3월 인기 상품은 △미캐쥬상(9만 9900원) △집계형스푼조명(1만9900원) △이스베리에트 테블릿 거치대(2500원) △쉬레스틀(1만4900원) △헬레스테드 리그(11만9900원) △살플텐 야외테이블(3만9900원) △살플텐 야외의자(2만9900원) 등이었다.

한샘과 이케아의 인기 상품들은 모두 가성비와 실

용성을 갖춘 특징을 갖춘 공통점이 있다. G마켓과 옥션 역시 마찬가지다. 코로나19로 지출이 부담되는 상황에서 재택근무와 자녀들과 집안에서 보내는 시간이 많아진 것을 반영한 소비로 풀이할 수 있다.

직장인 B씨는 "코로나19로 주머니가 얹어져서 큰돈을 쓰긴 부담스럽고, 그렇다고 재택근무를 하다 보니 계속 필요한 용품들을 구매할 필요를 느낀다"며 "가성비를 갖춘 가구 및 인테리어 용품에 요즘 많이 눈이 가고 있다"고 말했다.

뉴스1

## 집콕족 여가시간... "부모님은 동물의 숲, 아이는 헬로카봇"

G마켓 판매(량) 신장률		옥션 판매(량) 신장률	
품목	신장률	품목	신장률
장난감		장난감	
위터스캐지북	417%	나노블록	92%
나노블록	299%	비버인형류	68%
비버인형류	196%	모래놀이	256%
모래놀이	189%	직소 퍼즐/액자	181%
직소 퍼즐/액자	175%	동물/곤충용 피규어	28%
자연학습 피규어	160%	옥스포드 블록	202%
옥스포드 블록	127%	유아물감	118%
유아물감	130%	역할놀이/소꿉놀이	66%
포크레인/트럭	144%	게임	
소꿉놀이	101%	게임기(액정보조필물)	9%
게임		게임기케이스	66%
게임기(액정보조필물)	130%	게임기충전기/케이블	97%
게임기케이스	64%	게임기타이틀	6%
게임기충전기/케이블	37%	게임인테리어	10%
게임기타이틀	13%	유대용게임기	62%
게임인테리어	17%		
유대용게임기	20%		

※ 통계 기준: 2019년 3월 vs 2020년 3월

앱이니, 게임 앱 다운로드 수 전년 비 21%↑

코로나19 확산으로 게임으로 실내에서 스트레스를 풀며 동시에 즐거운 시간을 보내려는 사람들이 늘어나고 있다. 지난 3일 서울 마포구 이마트 공덕점에는 저녁 늦게 닌텐도스위치를 사려고 온 사람들이 줄을 섰 정도였다. 이에 이마트 공덕점은 코로나19 확산을 우려해 대기인 명부를 작성하게 하고 손님들을 분산시켰다.

닌텐도스위치 '모여봐요 동물의 숲' 국내 유통을 담당하고 있는 대원미디어에 따르면 최근 예약판매와 1차 분 판매 모두 조기 매진됐다. '모여봐요 동물의 숲'은 무인도 이주 패키지 플랜에 참여한다는 설정을 갖고 있는 게임이다. 유저들은 게임을 플레이하면서 다양한 활동을 통해 자신만의 섬을 꾸밀 수 있다. 또 지

역 유저들이나 온라인을 통해 최대 8명까지 함께 모여 멀티플레이도 가능하다.

닌텐도뿐만 아니라, 다른 게임에 대한 관심도 증가하는 추세다. 시장조사기관 앱이니에 따르면 지난 3월 15일~21일 전 세계 게임 애플리케이션(앱) 다운로드 수는 전년 대비 21% 증가한 11억건으로 집계됐다. 매출도 4% 늘어난 12억7000만달러에 달했다.

또 게임 관련 물품 역시 소비가 늘고 있다. 이베이코리아(G마켓·옥션)에 따르면 G마켓에서는 △게임기 액정보호필름(130%↑) △게임기케이스(64%↑) △게임기 충전기·케이블(37%↑) 등의 매출이 상승했다. 옥션에서도 역시 △게임기충전기·케이블(97%↑) △게임기케이스(66%↑) △휴대용게임기(62%↑) 등의 매출이 증가하는 등 비슷한 추세를 보였다.

이처럼 성인들이 집에서 할 수 있는 온라인 기반 게임에 관심을 쏟았다면 자녀를 둔 학부모들은 장난감으로 아이들과 집 안에서 놀아주기에 여념 없는 모습이다. 헬로카봇 제작사인 초이락컨텐츠소프트리 관계자는

"온라인 주문은 마트에서 돌아다니면서 구매하는 오프라인 주문과 달리, 아이들이 명확히 사고 싶은 것을 이야기한다"며 "이런 측면에서 헬로카봇이 아이들의 많은 선택을 받은 것 같다"고 설명했다.

헬로카봇뿐만 아니라 다른 장난감 제품들 역시 매출이 상승하는 모습을 보였다. G마켓에서는 △위터스캐지북(417%↑) △나노블록(299%↑) △비버인형류(196%↑) △모래놀이(189%↑) △직소 퍼즐·액자(175%↑) △자연학습 피규어(160%↑) △옥스포드 블록(130%↑) 등의 매출이 크게 늘었다.

옥션에서는 △모래놀이(256%↑) △옥스포드 블록(202%↑) △직소 퍼즐·액자(181%↑) △나노블록(92%↑) △비버인형류(68%↑) 등이 인기를 끌었다.

또 손오공에 따르면, 포켓몬스터·미니언즈 등 캐릭터 블럭완구의 올해 1~2월 매출이 전년 동기 대비 230% 증가했다. 손오공 관계자는 "코로나19로 외출을 자제하면서 실내에서의 취미 완구 제품을 찾는 이들이 많아졌다"고 분석했다.

# 장성진품한우식육식당

전남 장성군 장성읍 유탕리 1437-56 TEL : 061)394-0092